

## **TUGAS AKHIR**

### **RISET PASAR PRODUK PIEMIRSA (Pie Intip Rasa-rasa)**

Diajukan untuk memenuhi syarat gelar sarjana S-1

Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Diajukan oleh:

**NOVITA PUPUT ANJARSARI**

**D 600 110 048**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

### RISET PASAR PRODUK PIEMIRSA

Tugas Akhir Ini Telah Diterima dan Disyahkan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam  
Menyelesaikan Studi S-1 Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan Teknik  
Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari/Tanggal : Selasa / 17 Januari 2017

Jam :

Disusun Oleh:

**NOVITA PUPUT ANJARSARI**

**D 600 110 048**

Mengesahkan :

Pembimbing



Siti Nandiroh, ST., M.Eng

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul ***Riset Pasar Produk PIEMIRSA*** telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari/Tanggal : Selasa / 17 Januari 2017

Jam :

Menyetujui:

Tim Penguji

1. Siti Nandiroh, ST., M.Eng
2. Much. Djunaidi, ST, MT
3. Indah Pratiwi, ST, MT

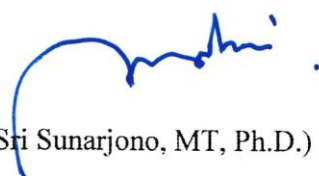
Tanda Tangan




Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri



(Ir. Sri Sunarjono, MT, Ph.D.)



(Eko Setiawan, ST, MM, Ph.D.)

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta,



Novita Puput Anjarsari

## **MOTTO**

“Dilakukan dengan baik akan jauh lebih baik daripada dikatakan dengan baik”

“Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan, maka itu akan menimpa dirinya sendiri”

(QS.45:15)

“Berdo’alah yakin terkabul, ketahuilah bahwasanya Allah tidak mengabulkan do’a dari hati yang lalai dan bersenda gurau”

(HR. Tirmidzi 3479)

## **PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak, Ibu, Kakak, Adik, dan Keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
2. Seluruh dosen dan staff Jurusan Teknik Industri UMS yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang berharga.
3. Teman-teman angkatan 2011 Teknik Industri UMS terima kasih untuk segala pengalamannya.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “Riset Pasar Produk Piemirsa” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata 1 Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penyusunan laporan ini dilakukan pada bulan Mei sampai dengan bulan Desember tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak, Ibu, Kakak, Adik, dan Keluarga yang selalu membimbing, mendoakan, dan memotivasi penulis.
3. Bapak Ir. Sri Sunarjono, MT, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Eko Setiawan, ST, MT, Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri.
5. Ibu Siti Nandiroh, ST., M.Eng selaku pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran selama penulis menyusun laporan tugas akhir.
6. Bapak Much. Djunaidi, ST, MT dan Ibu Indah Pratiwi, ST, MT selaku dosen penguji.
7. Segenap Dosen Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta atas segala bimbingan dan arahannya.
8. Teman-teman terdekat penulis, Dyah Ayu, Noberta Bayu, Anggia Vabella, Ditya Mita U, Gita Novia, Reni Pratiwi, yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan kepada penulis.
9. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2011 yang bersama-sama sedang atau telah menyelesaikan tugas akhir masing-masing.

10. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis selama proses pembuatan laporan tugas akhir.

Penulis menyadari serta memahami bahwa laporan tugas akhir ini, masih jauh dari kata sempurna sehingga untuk segala kesalahan dan kekurangan mohon untuk dapat dimaklumi. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan diri laporan tugas akhir. Akhirnya penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta,

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan Penelitian .....	2
1.5 Manfaat Penelitian .....	3
1.6 Sistematika Penulisan .....	3

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1	Pengertian Pemasaran .....	5
2.2	Tinjauan Riset Pasar .....	5
2.2.1	Fungsi Riset Pasar .....	6
2.2.2	Tujuan Riset Pasar .....	6
2.2.3	Jenis-jenis Riset Pasar .....	7
2.2.4	Klasifikasi Riset Pasar .....	8
2.3	Data Primer dan Data Sekunder .....	8
2.3.1	Data Primer .....	8
2.3.2	Data Sekunder .....	9
2.3.3	Demografi dan Psikografi .....	10
2.4	Lembar Kerja .....	10
2.5	Kuesioner .....	15
2.6	Merancang Skala Kuesioner .....	16
2.7	Metode Analisis .....	17

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Obyek Penelitian .....	21
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	21
3.3	Metode Pengolahan Data dan Analisis Data .....	22
3.4	Kerangka Pemecahan Masalah .....	25

## **BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

4.1	Deskripsi Produk.....	26
4.2	<i>Brainstorming</i> .....	28
4.3	Penyebaran Kuesioner.....	36
4.4	Analisis Data .....	37
4.4.1	Analisis Tren .....	37
4.4.2	Analisis Similaritas .....	39
4.4.3	Analisis Odd Groupings.....	40
4.4.4	Strategi Peningkatan Daya Saing .....	41

## **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	44
5.2	Saran .....	44

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Lembar Kerja 1 .....	11
Tabel 2.2	Lembar Kerja 2 .....	11
Tabel 2.3	Lembar Kerja 3 .....	12
Tabel 2.4	Lembar Kerja 4 .....	12
Tabel 2.5	Lembar Kerja 5 .....	13
Tabel 2.6	Lembar Kerja 6 .....	14
Tabel 2.7	Lembar Kerja 7 .....	14
Tabel 2.8	Lembar Kerja 8 .....	15
Tabel 2.9	Tinjauan Pustaka.....	19
Tabel 4.1	Penjabaran Target Pelanggan.....	28
Tabel 4.2	Hipotesis Dan Pertanyaan Dasar.....	29
Tabel 4.3	Kategori Data Sekunder .....	30
Tabel 4.4	Pertanyaan Tambahan.....	31
Tabel 4.5	Memeriksa Hipotesis .....	32
Tabel 4.6	Pengetahuan Tentang Bisnis Yang Dijalankan.....	33
Tabel 4.7	Persaingan .....	35
Tabel 4.8	Kompetitor .....	35
Tabel 4.9	Strategi Peningkatan Daya Saing .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Pemecahan Masalah .....	25
Gambar 4.1	Produk Piemirsa .....	26
Gambar 4.2	Komentar <i>Customer</i> .....	27
Gambar 4.3	<i>Column Chart</i> Kesukaan Membeli Oleh-oleh Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Gambar 4.4	<i>Column Chart</i> Prosentase Responden Menyukai Intip Berdasarkan Pengelompokkan Usia .....	38
Gambar 4.5	<i>Column Chart</i> Prosentase Responden Menyukai Intip Berdasarkan Pengelompokkan Pekerjaan .....	38
Gambar 4.6	<i>Column Chart</i> Prosentase Responden Menyukai Intip Berdasarkan Pengelompokkan Pendapatan.....	39
Gambar 4.7	<i>Column Chart</i> Prosentase Responden Menyukai Intip Berdasarkan Pengelompokkan Jenis Kelamin .....	39
Gambar 4.8	<i>Column Chart</i> Prosentase Responden Menyukai Intip Berdasarkan Rantang Usia .....	40
Gambar 4.9	<i>Pie Chart</i> Prosentase Keinginan Konsumen Terhadap Rasa .....	41
Gambar 4.10	<i>Pie Chart</i> Prosentase Daerah Yang Sering Dijumpai Intip.....	41
Gambar 4.11	<i>Fishbone</i> Diagram Daya Saing Piemirsa .....	43

## ABSTRAKSI

Besarnya persaingan bisnis baik usaha skala kecil, menengah maupun besar mengharuskan pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran, tak terkecuali dibidang kuliner. Riset pasar dilakukan mengetahui kekuatan dan kelemahan dari produk (*brand image*) yang nantinya digunakan untuk menerapkan strategi yang tepat agar dapat bersaing dipasaran. Produk yang diteliti yaitu PIEMIRSA (Pie Intip Rasa-rasa) merupakan salah satu jajanan tradisional masyarakat kota Solo. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh hasil berupa analisis dan interpretasi data riset pasar mengenai potensi dan minat pasar terhadap produk Piemirsa serta memperoleh strategi untuk meningkatkan daya saing produk. Dalam menentukan strategi pemasaran dilakukan tiga analisis. Yang pertama analisis tren diperoleh hasil bahwa perempuan lebih menyukai belanja oleh-oleh dibanding pria. Yang kedua analisis similaritas dapat diketahui bahwa baik laki-laki maupun perempuan menyukai piemirsa. Yang ketiga analisis *odd groupings* diketahui bahwa mayoritas responden menyukai intip dengan berbagai varian rasa. Maka dapat disimpulkan bahwa Piemirsa layak sebagai makanan oleh-oleh khas kota Solo.

**Kata Kunci:** analisis tren, *odd groupings*, piemirsa, similaritas.